

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan F. T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Agus, I. (2004). *Statistik Konsep Dasar & Aplikasinya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Azizah, S. N. (2017). Promosi Instagram Terhadap E-Wom Dan Keputusan Pembelian Pada the Simple. *Jurnal Ekonomi*, 6(1), 106–129.
- Daryanto, dan I. S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media.
- Garvin, David dalam Nasution, M. . (2004). Managing Quality. In *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ghozali, I. dan A. C. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). Can J Adm Sci e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context* François Marticotte ÉSG-UQAM. *Journal of Administrative Sciences*, 27(5), 5–23. <https://doi.org/10.1002/CJAS.129>
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. J. (2006). eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, 59(4), 449–456. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.004>
- Hair, J.F, Black, W.C, Babin, B.J, Anderson, R. . (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hasyim, dan A. R. (2009). *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. Jakarta: UIEU-University Press.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Instagram. (2018). Dunkin' Donuts. Retrieved November 2, 2018, from www.instagram/dunkindonuts_id
- Jeong, E. H., & Jang, S. C. S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356–366. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.08.005>
- Jufendi. (2010). Kualitas Minuman Dunkin Donuts Tidak Sebanding dengan Harga. Retrieved November 11, 2018, from <http://news.detik.com>

- Juwandi, H. I. (2004). *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Kartika, I. dan D. A. K. (2014). Pelanggan Bisnis Online(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 / 2014 Konsumen Traveloka). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1).
- Koler, P. & G. A. (2014). *Principle Of Marketing* (15th ed.). New Jersey: Parson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lavenia, B. C., & Irawan, A. (2018). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Kepuasan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3), 52–61.
- Lovelock, C. dan L. W. (2010). *Pemasaran Jasa* (7 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Maholtra. (2012). *Marketing Research an Applied Orientation*. International Edition : Pearson.
- Nidjo, S. (2014). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya* (Cetakan Pe). Jakarta: Penerbit Pustaka Sinar Harapan.
- Nurhidayati, M. (2018). Dunkin Tinggalkan Nama Donuts Demi Tarik Konsumen Milenial. Retrieved December 3, 2018, from <http://kumparan.com/@kumparanbisnis/>
- Radiawati, R. (2017). 5 Restoran Cepat Saji Terbesar di Indonesia. Retrieved November 6, 2017, from <http://www.merdeka.com/gaya/5-restoran-cepat-saji-terpopuler-sejagat/dunkin-donuts.html>
- Saputra, S. T. (2017). Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(6), 85–95.
- Schiffman, L. dan L. L. K. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Setiadi, J. N. (2010). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Jakarta: Change Publications.
- Swastha, B. D. & H. H. (2011). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku*

Konsumen. Yogyakarta: BPFE.

Swastha, B. D. & I. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. dan G. C. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (3th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

Top Brand, I. (2018). Top Brand Index 2015-2018. Retrieved November 3, 2018, from <http://www.topbrand-award.com>

Utami, D. W. dan M. E. S. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Cafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Bandung. *E-Proceeding Of Management*, 3(2), 1834–1840.

Wahyudi, Ahmad farid, R. A. dan M. H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Resto Ayam Nelongso Sawojajar). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 124–135.

Yaumil, Amalia, R. T. dan N. M. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Prosiding Manajemen*, 3(2), 815–820.



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul